

## Re-Targeting - Whitepaper

12.05.2011

Retargeting, die Möglichkeit Nutzer zu kennzeichnen, in der Folge immer wieder zu erkennen und mit gezielten Werbeinformationen zu versorgen, wird ein immer wichtigeres Instrument Werbung im Internet zu steuern. Umfangreiche Studien aus den USA belegen inzwischen die Wirksamkeit von Re-Targeting-Kampagnen mit beachtlichem Anstieg der Site-Visits und der gezielten Suche nach zuvor über Re-Targeting beworbenen Sites.



Technisch basiert Retargeting auf Cookies eines AdServers. Hierzu wird zunächst in die Shop-Webseite ein Retargeting-Pixel des AdServers integriert. Besucht ein Nutzer den Shop, ruft er damit auch den Pixel ab. Der Pixel setzt beim Nutzer nun einen Cookie und speichert damit die Nutzerinteressen (z.B. interessiert an Shirt mit blauen Streifen). Surft der Nutzer anschließend auf einer anderen Webseite, auf der Werbung mittels des gleichen AdServers geschaltet wird, kann der AdServer den Cookie auslesen und anstelle der normalen Werbemittel spezifische auf den Nutzer zugeschnittene Werbemittel ausliefern (etwa Sonderangebote, ähnliche Produkte oder Rabatte für die Produkte von Interesse).

arejo GmbH  
**Abt. AdSpirit**  
 Lennéstraße 9  
 D - 10785 Berlin

Tel: +49 (0)30 48489 - 500  
 Fax: +49 (0)30 48489 - 501  
 Mail: [info@adspirit.de](mailto:info@adspirit.de)  
 Web: [www.adspirit.de](http://www.adspirit.de)

### Ansprechpartner

Karl Hansen  
 Tel: +49 (0)30 48489 - 510  
 Mail: [karl.hansen@adspirit.de](mailto:karl.hansen@adspirit.de)

### Geschäftsführung

Martin Weidemann  
 Jan Winkler

### Handelsregister

Amtsgericht  
 Berlin-Charlottenburg  
 HRB 84921

### Bankverbindung

Berliner Sparkasse  
 Konto: 1913059240  
 BLZ: 100 500 00  
 IBAN: DE45 1005 0000 1913 0592 40

### USt-IdNr.

DE222424398